

Reference *Collection*





Index

The Placemakers Group	006
Where we are	010
Public Spaces	012
Hospitality & Residential	058
University Campuses	084
Corporate	092
Sport Clubs	102
Private Villas	116



The Placemakers Group

Outdoor Life Design

THE PLACEMAKERS Group is the world's leading brand in design, production and implementation of urban design concepts for physical activity and workplaces for all public or private players involved in the design and/or management of urban areas. Functional solutions for the activation of public spaces as vibrant places, for socialization and the improvement of the quality of life.

Designing with citizen-first mentality.

The main focus in developing outdoor spaces and cities of the future should be citizens and their wellbeing. It is about improving interactions between people and creating the right conditions for socializing, working, playing sports and having fun.

Bridge the gap with nature.

More urbanization could mean less understanding of how we are connected to nature. Our goal is to rekindle the connection between man and nature, satisfying the desire to spend more time outdoors.

Support social language.

Just as every city is unique, every community has its own social "language" that it speaks. MyEquilibria projects highlight and stimulate creation of this "social language".

The Art of the Placemaking.

A space becomes a "living place" when it evokes emotion, drives movement, and creates excuses for creativity or engagement. Placemaking is an art of giving a soul to the urban environments and knowing that this soul comes from people who use it.

Creating outdoor life design spaces for the Homo Urbanus.

With over 50% of the urbanized population, we are entering the new era, in which urban spaces will transform into areas of social, cultural, well-being and economic value.

Infusing outdoor life design spaces with a sense of place & purpose.

A strong sense of place can affect the physical, social, emotional and ecological health of individuals and communities. Our role is to transform beautiful "public spaces" into "living places" that bring immediate and tangible benefits to communities, municipalities and the people who use them.



English

The Placemakers Group

Outdoor Life Design

Il Gruppo THE PLACEMAKERS è il brand leader mondiale nella progettazione, produzione e implementazione di concept di arredo urbano di design e di progetti per l'attività fisica e il mondo del lavoro, per tutti gli attori pubblici o privati che si occupano di progettazione e/o gestione delle aree urbane. Soluzioni funzionali all'attivazione degli spazi pubblici come luoghi "vivi", di socializzazione, per il miglioramento della qualità della vita.

Progettare mettendo al centro dell'attenzione il cittadino.

L'obiettivo principale nello sviluppo degli spazi aperti e delle città del futuro dovrebbero essere i cittadini e il loro benessere. Si tratta di migliorare le interazioni tra le persone e creare le giuste condizioni per socializzare, lavorare, fare sport e divertirsi.

Colmare il divario con la natura.

Più urbanizzazione potrebbe significare meno comprensione di come siamo connessi alla natura. Il nostro obiettivo è riaccendere il legame tra uomo e natura, soddisfacendo il desiderio di trascorrere più tempo all'aria aperta.

Supporto del linguaggio sociale.

Così come ogni città è unica, ogni comunità ha il proprio "linguaggio" sociale che parla. I progetti The Placemakers e MyEquilibria evidenziano e stimolano la creazione di questo "linguaggio sociale".

L'arte del "Placemaking".

Uno spazio diventa "vibrant" quando evoca emozioni, guida il movimento e stimola la creatività o l'impegno. Il "Placemaking" è l'arte di dare un'anima agli ambienti urbani e sapere che questa anima proviene dalle persone che li vivono.

Creazione di spazi "Outdoor Design Life" per l'Homus Urbanus.

Con oltre il 50% della popolazione urbanizzata, stiamo entrando in una nuova era, dove gli spazi urbani si trasformano in aree di valore sociale, culturale e di benessere.

Spazi "Outdoor Design Life" con un senso del luogo e di scopo.

Un forte senso del luogo può influenzare la salute fisica, sociale, emotiva ed ecologica degli individui e delle comunità. Il nostro ruolo è trasformare bellissimi spazi pubblici in "luoghi di vita" che portino benefici immediati e tangibili alle comunità, ai Comuni e alle persone che li utilizzano.



Italiano



Where *We are*

5 years in the market (2017-2022)

+150 installation all-over the world

25 Countries

All 5 Continents.





Public *Spaces*

With a quickly growing urban population, parks and green areas have become the only “breath of fresh air” from stress-charged city life.

The most progressive municipalities are actively working on enhancing public spaces with true “wellness projects for everybody”.

Con una popolazione urbana che cresce a ritmi sostenuti, parchi e aree verdi rappresentano una “boccata d'ossigeno” nella vita frenetica delle città.

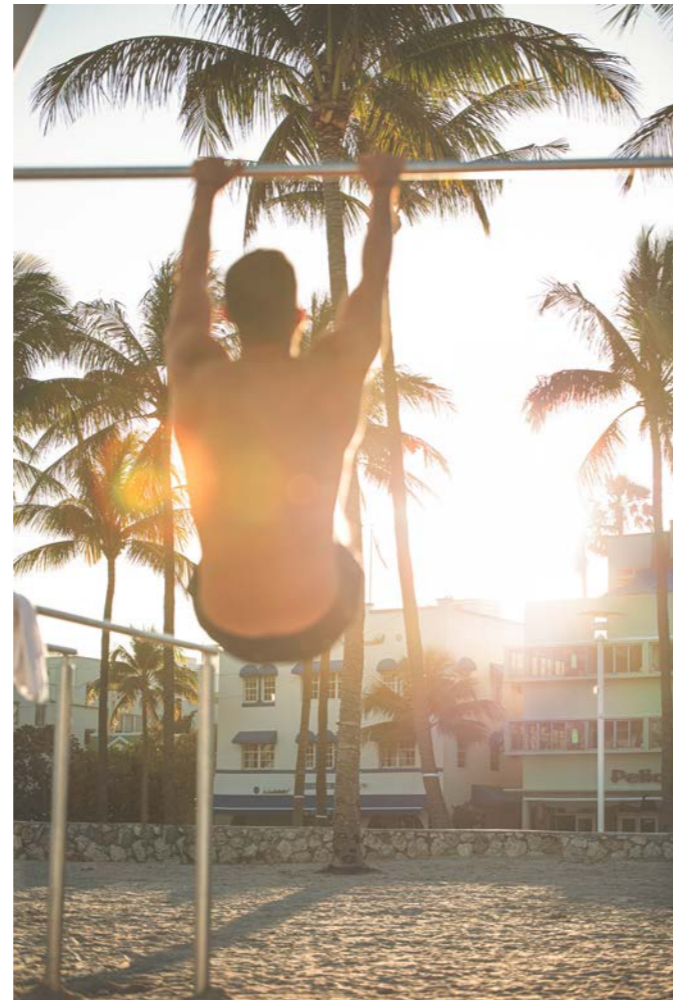
Le amministrazioni più virtuose stanno lavorando per riqualificare gli spazi pubblici con veri “progetti di benessere diffuso”.



Lummus Park Miami Beach, USA



Lummus Park Miami Beach, USA



Lummus Park Miami Beach, USA



Lummus Park Miami Beach, USA

MIAMIBEACH

MIAMIBEACH



Canopy Park Miami Beach, USA



Pride Park Miami Beach, USA



Corkscrew Park Jacksonville, USA



Durban, South Africa



National Museum, Singapore



National Museum, Singapore



National Science Museum, Singapore



National Science Museum, Singapore



Viva Park Porto Belo, Brazil

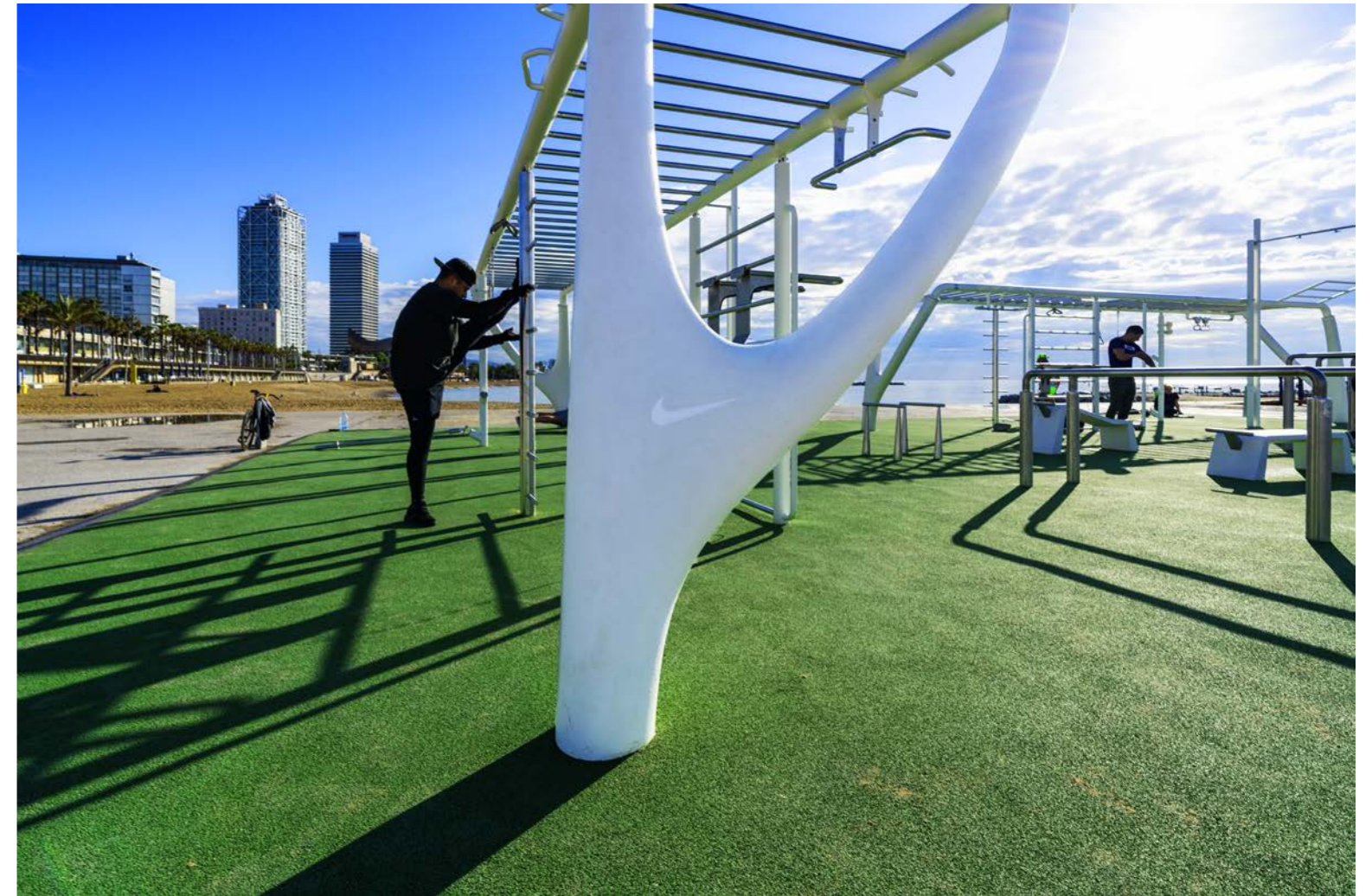
Viva Park Porto Belo, Brazil



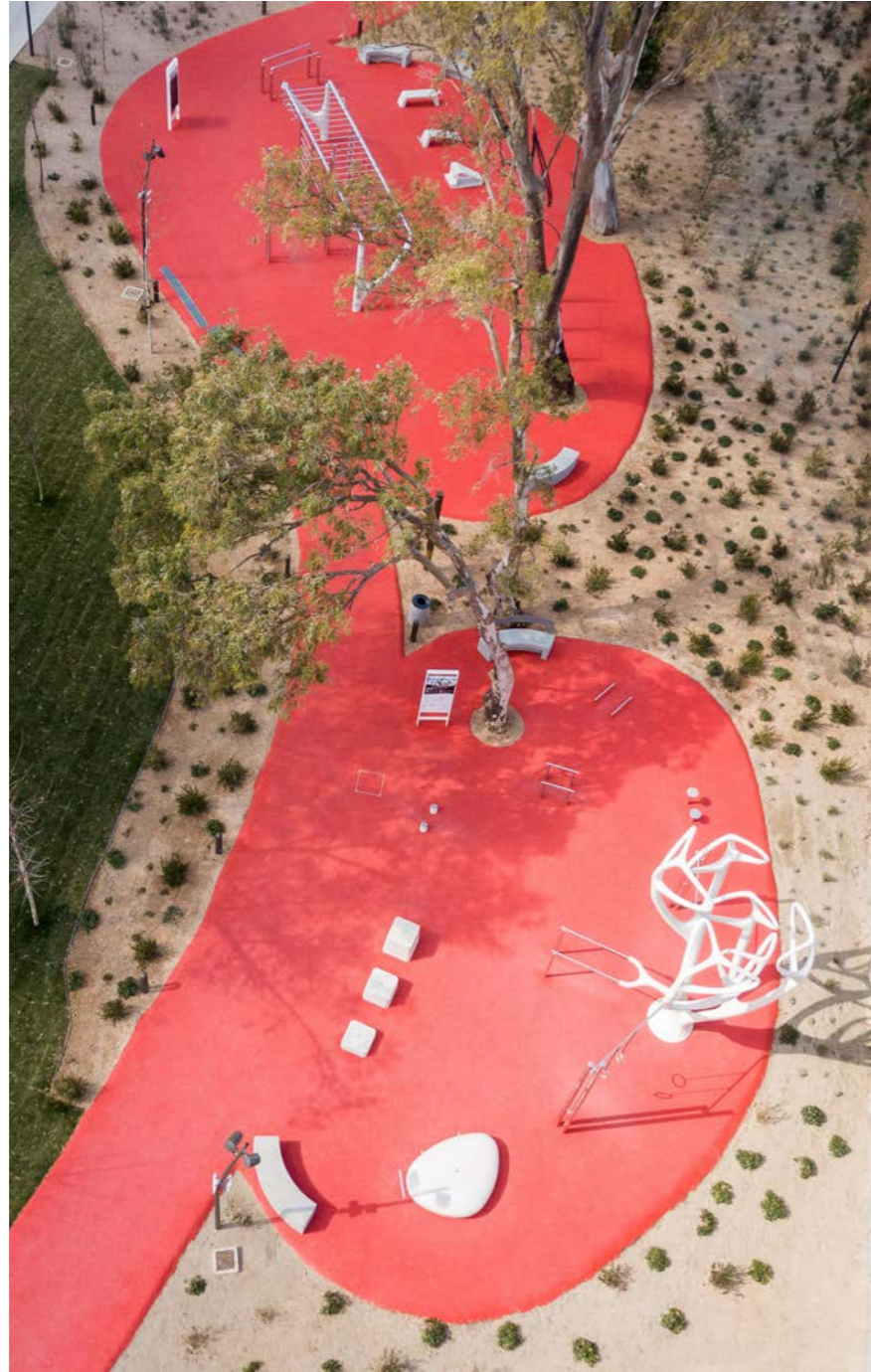
Kai Tak Park, Hong Kong



Kai Tak Park, Hong Kong

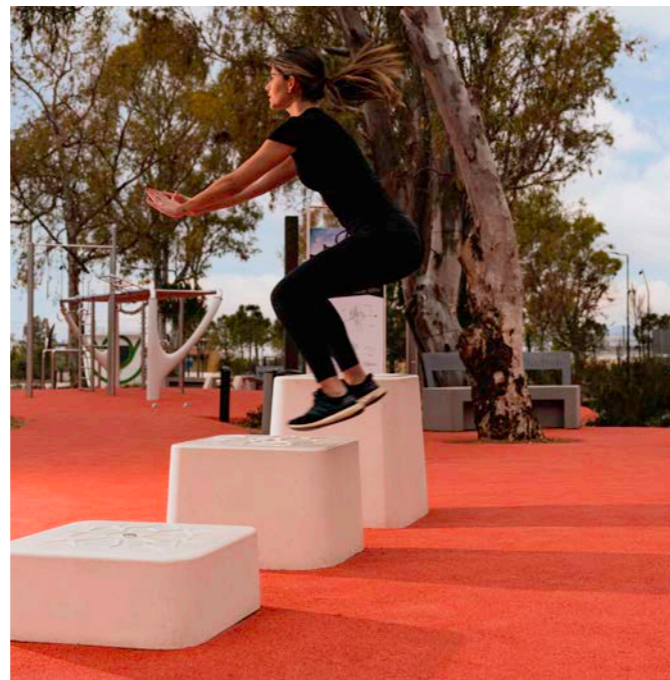
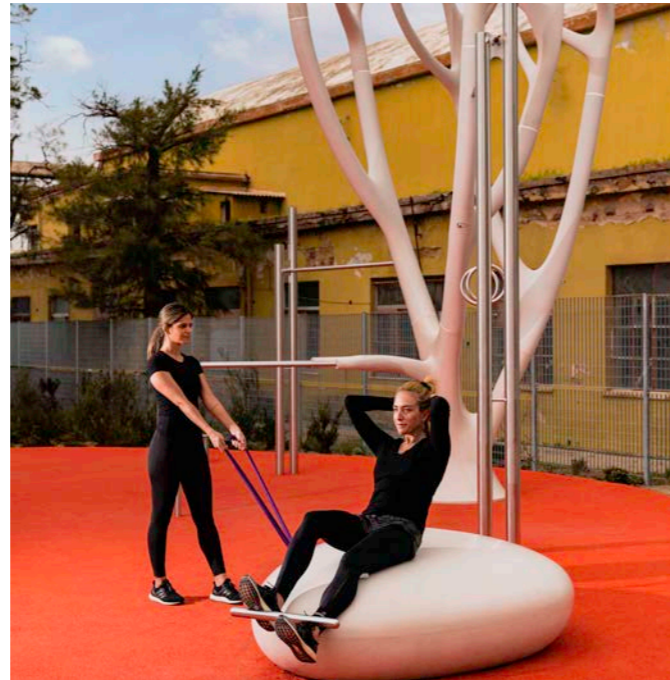


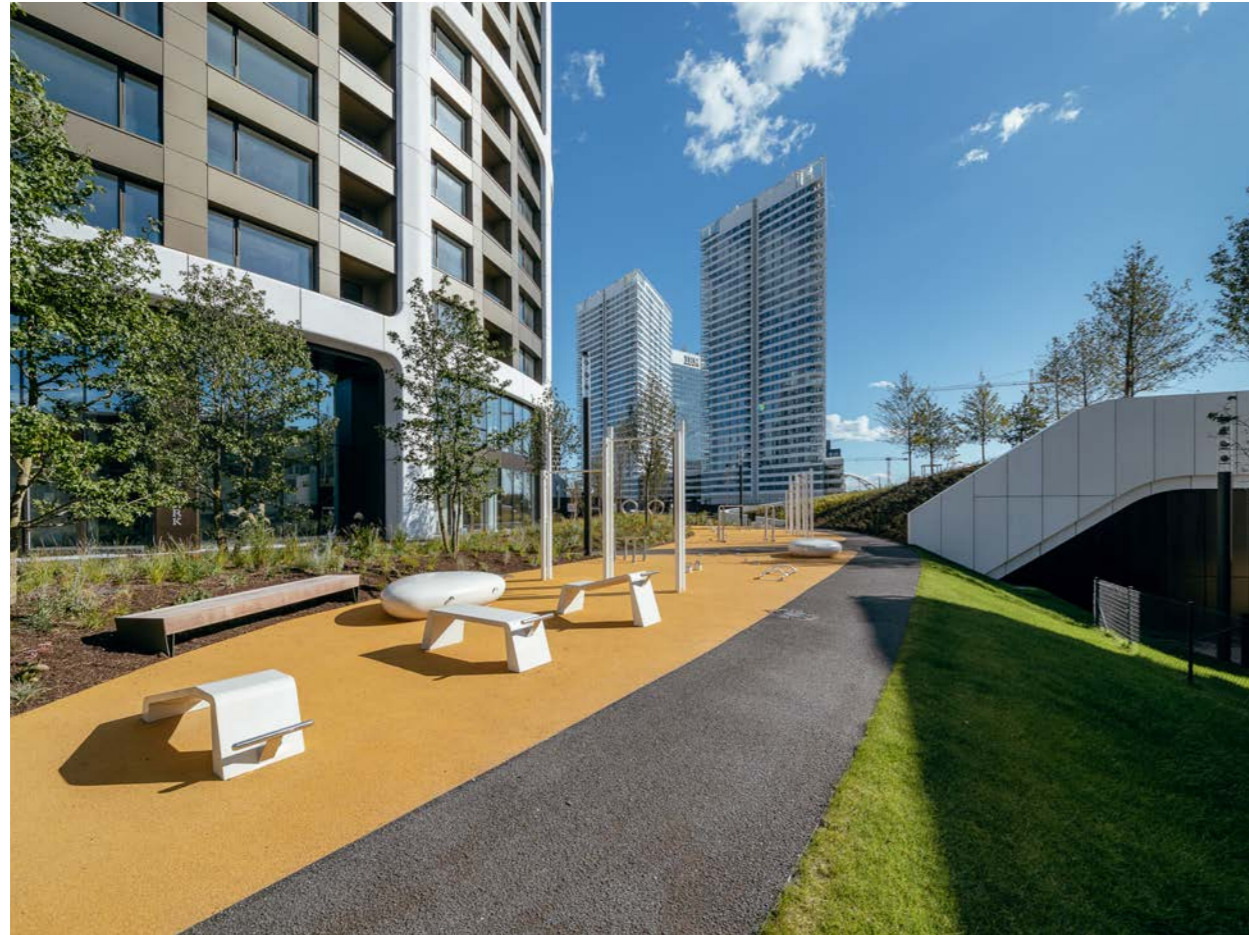




The Ellenikon Experience Park Athens, Greece

The Ellenikon Experience Park Athens, Greece





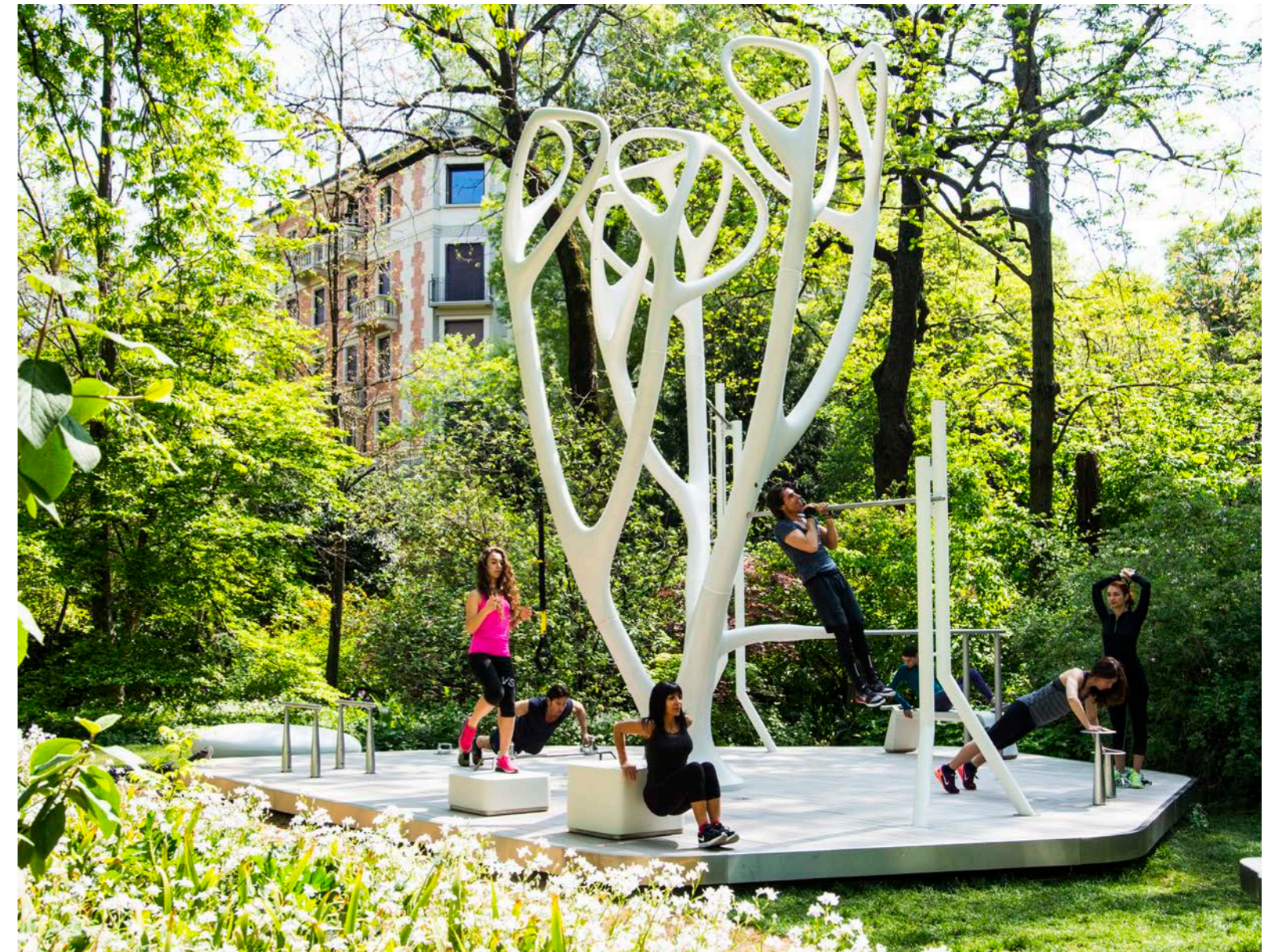
Sky Park Bratislava, Slovakia

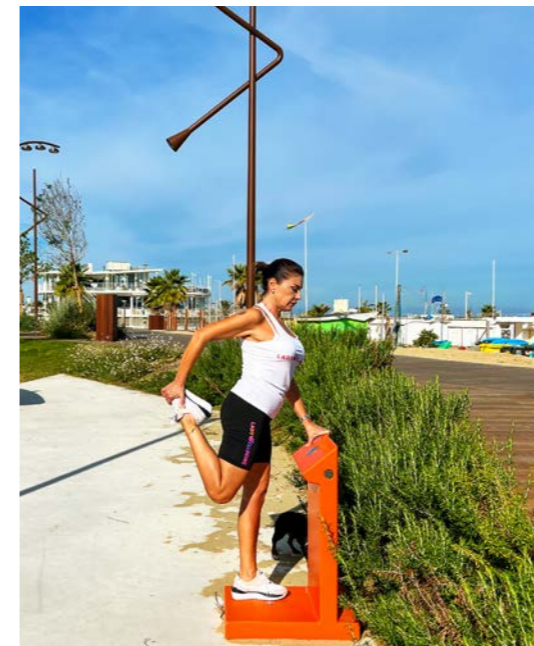
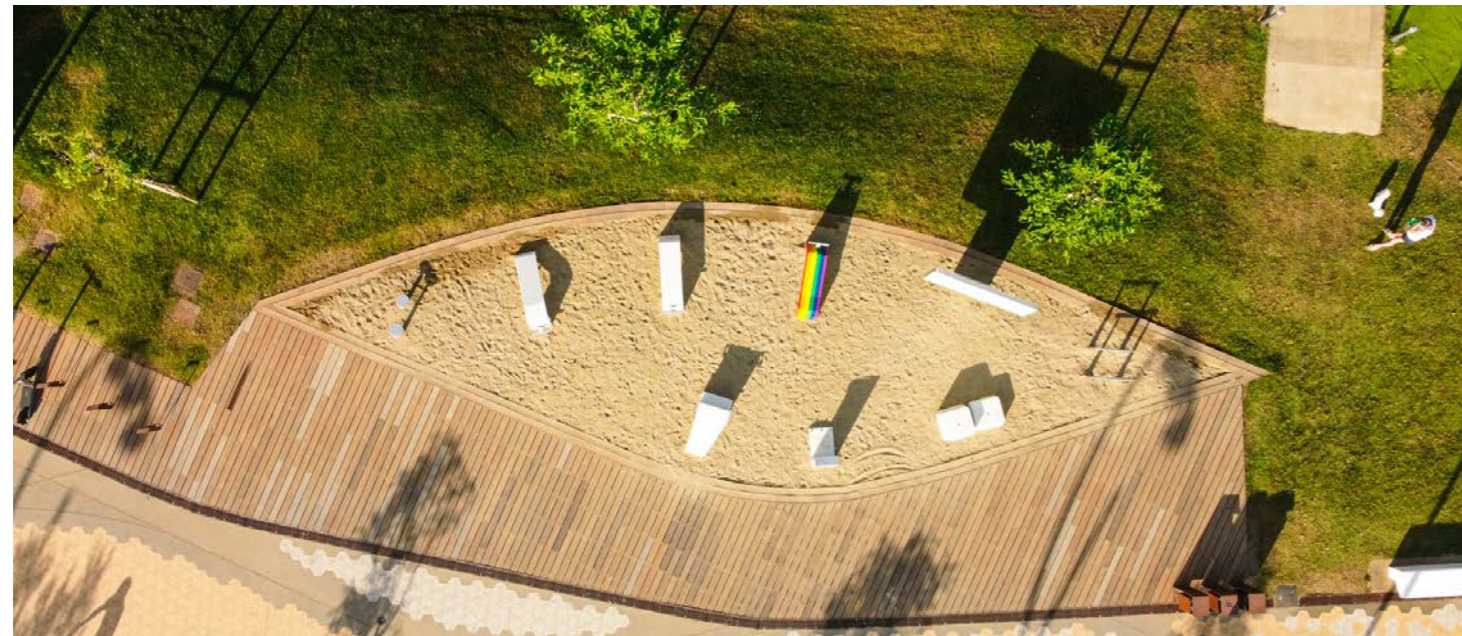


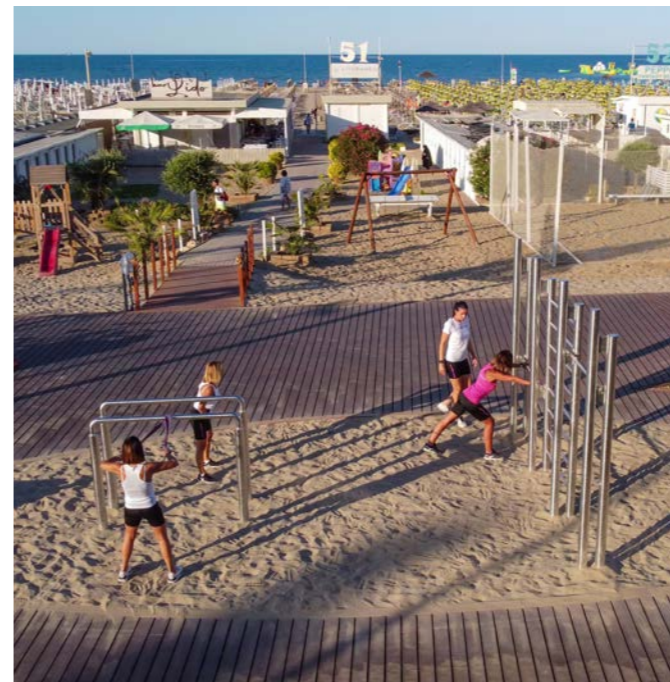
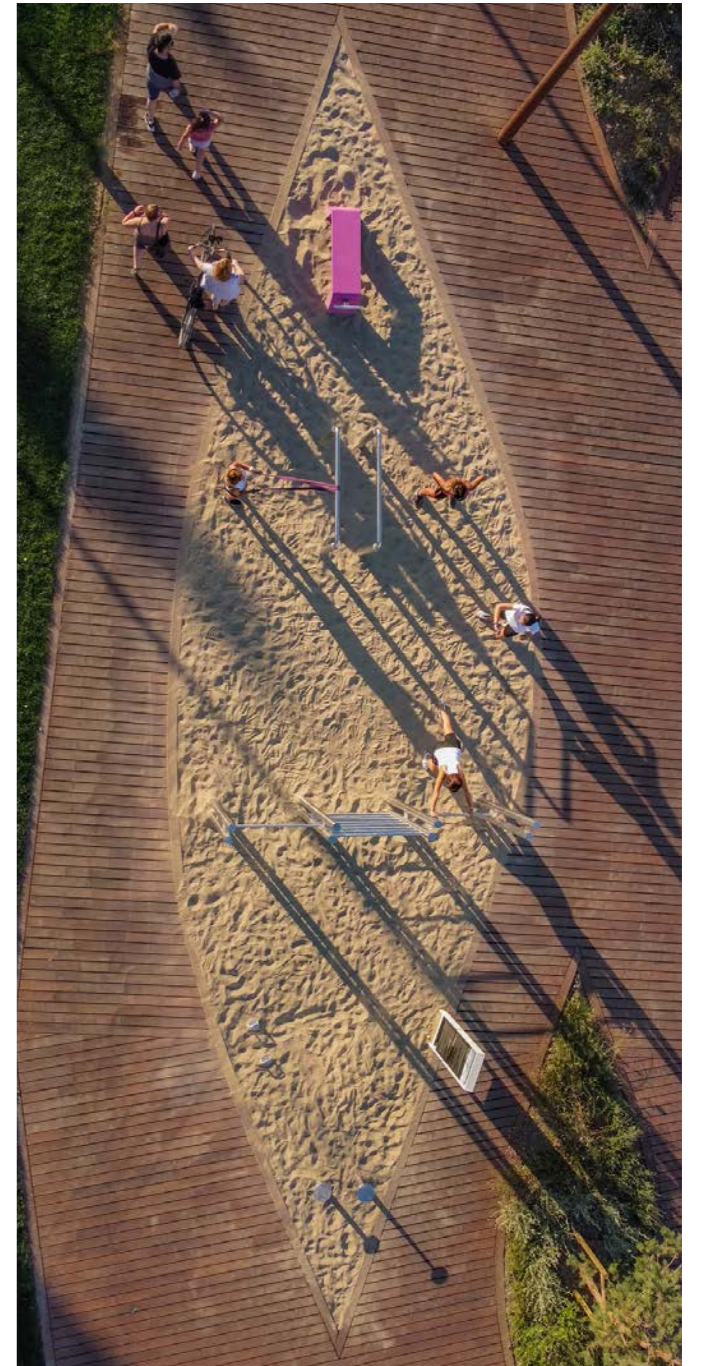
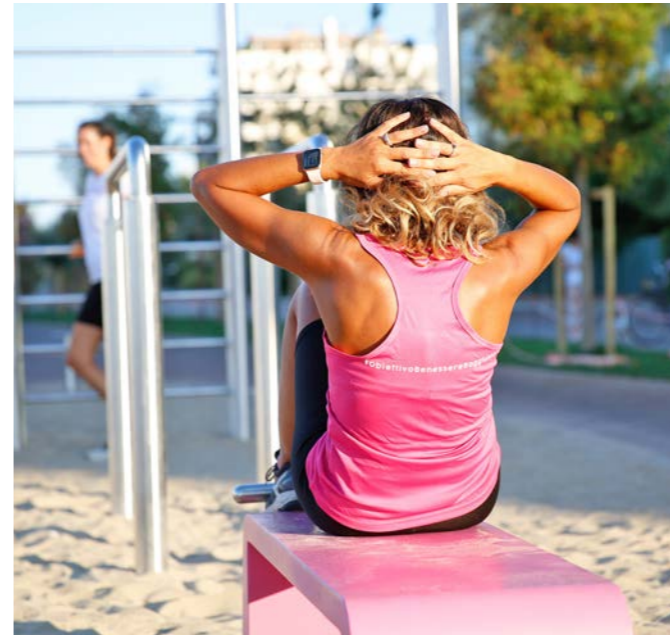
Tineretului Park Bucharest, Romania

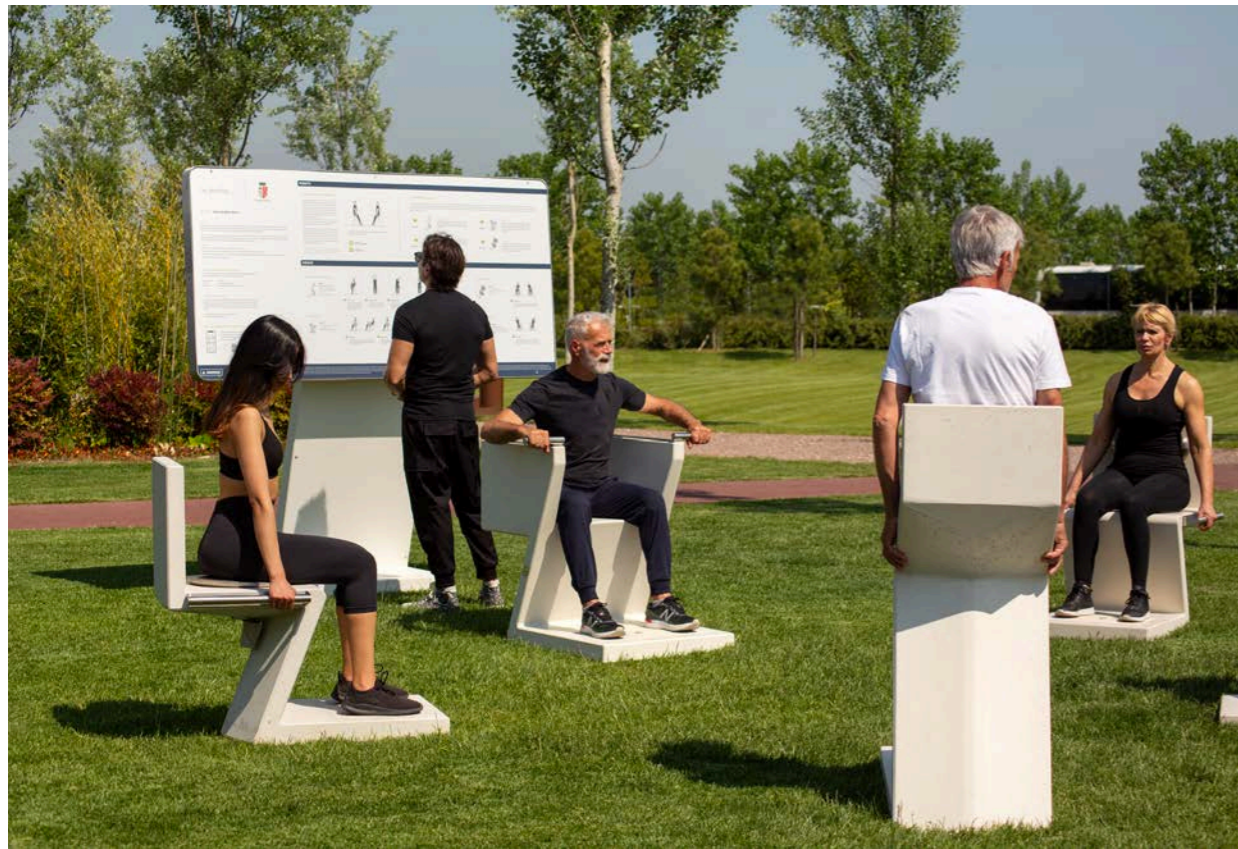












Wellness Park Rimini, Italy



Wellness Park Rimini, Italy



Foro Italico Rome, Italy



Lingotto Turin, Italy



Parco Eolo Treviso, Italy



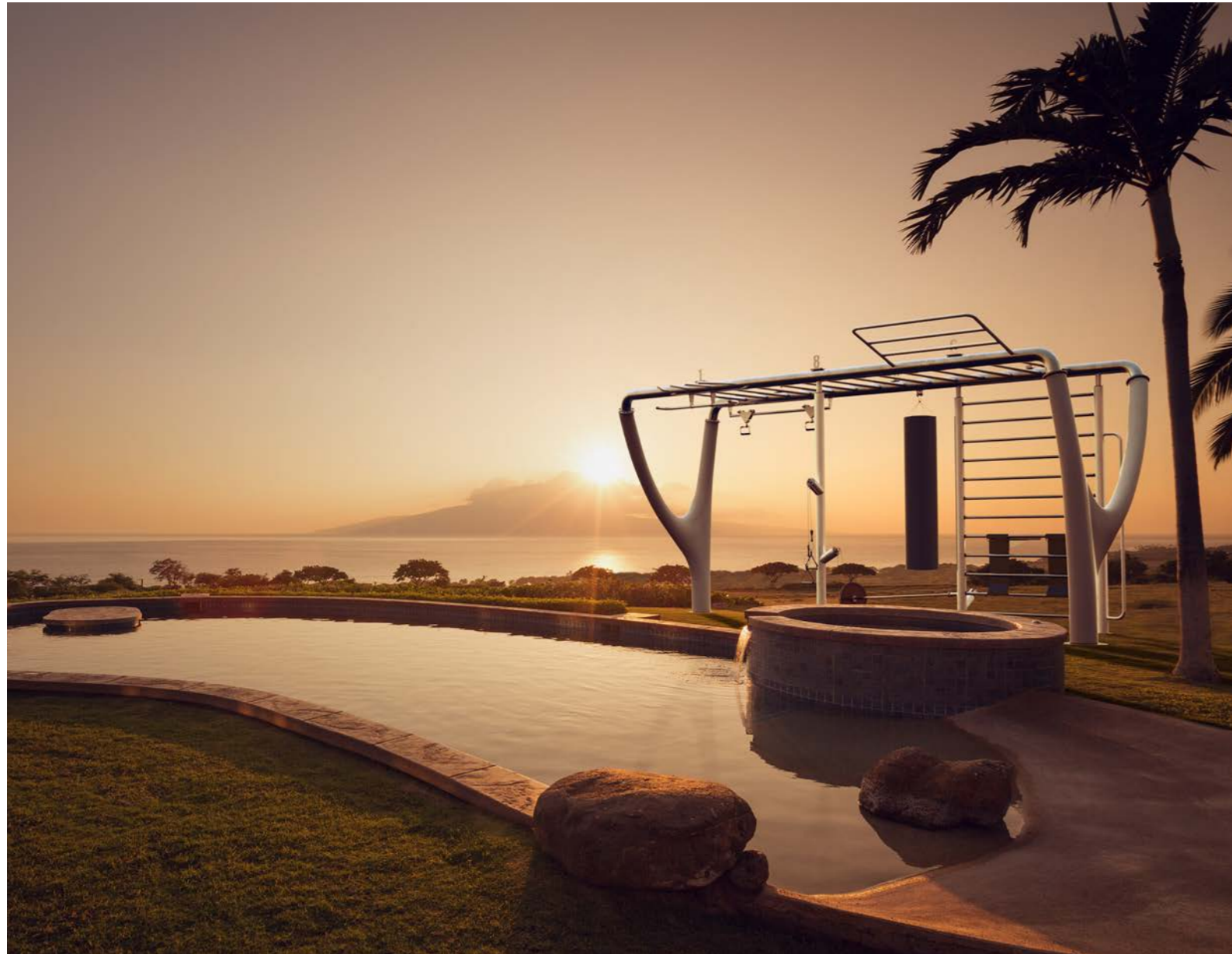
Macrolotto Zero Prato, Italy



Centro Parco Segrate, Italy



Viserba, Italy



Hospitality & Residential

The outdoor and indoor spaces of resorts and hotels create a significant additional value for the guests. Using these spaces means embracing workouts in the open air and giving people the opportunity to enjoy a more active lifestyle, close to nature.

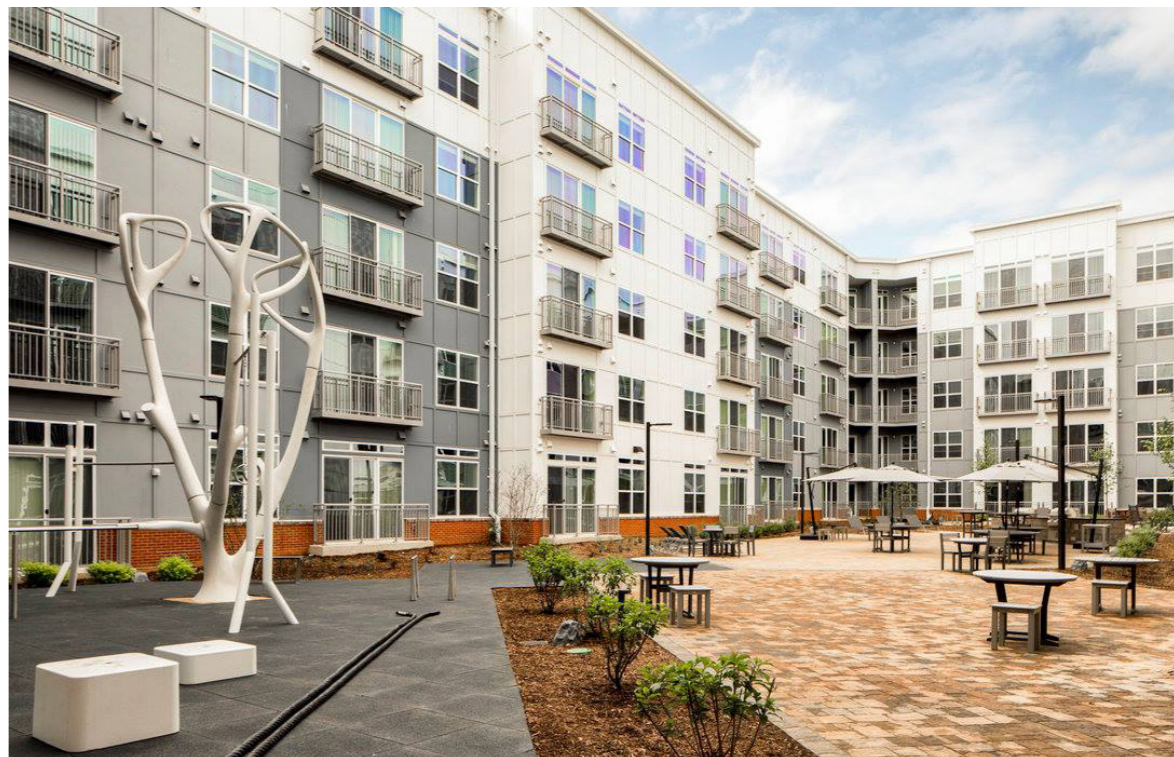
Gli spazi outdoor e indoor di resort e alberghi costituiscono un valore aggiunto agli occhi degli ospiti. Utilizzare questi spazi significa condividere l'idea di allenarsi all'aria aperta, dando alle persone l'opportunità di una vita più attiva, vicino alla natura.



Flagler Village Fort Lauderdale, USA



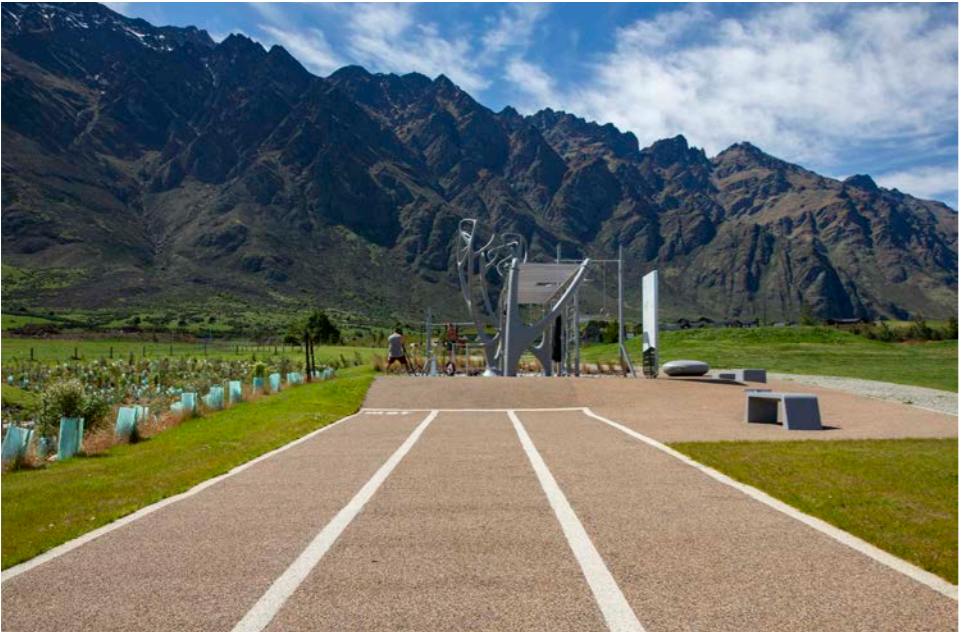
Park Line Miami, USA



Willow Brook Houston, USA

Fort Belvoir, USA





Queenstown, New Zealand



Queenstown, New Zealand



Kai Tak, Hong Kong

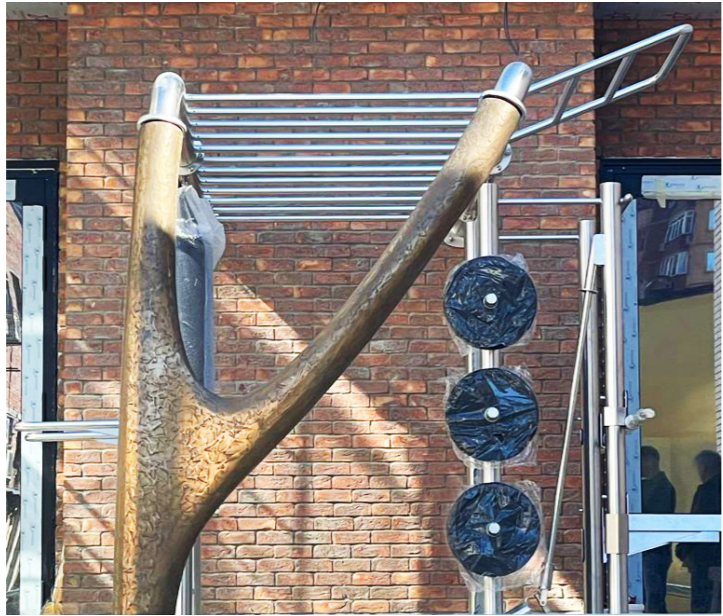
Kai Tak, Hong Kong



Cocoon Maldives Resort, Maldives



Cocoon Maldives Resort, Maldives



Moscow, Russia



Maui Hawaii, USA



Le Saint Géran, Mauritius



Grand Baie, Mauritius



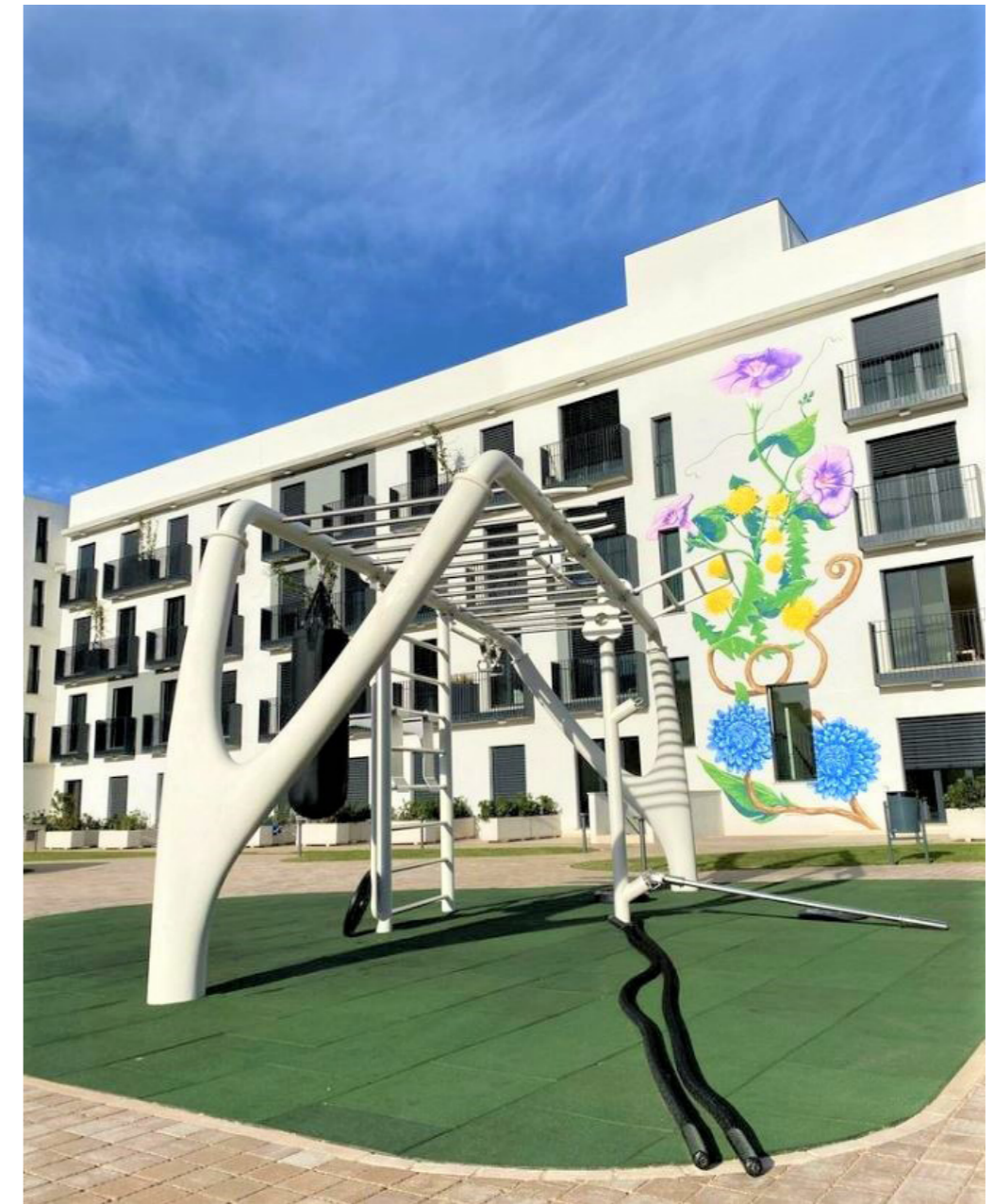
Martin Modern, Singapore



Crete, Greece



Residence Malaga, Spain



Palma de Mallorca, Spain



Venice, Italy



Anguilla, Caribbean



Jesolo, Italy

Jesolo, Italy



University *Campuses*

University campuses are looking for new ways to incorporate popular bodyweight training into their facilities. They also want ways to optimize their investment by choosing functional installations that will look great for years to come.

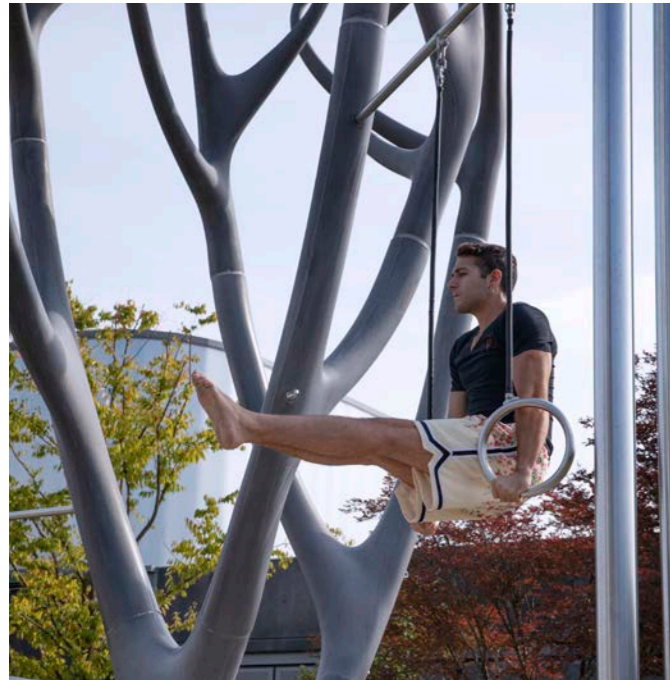
I Campus Universitari sono sempre alla ricerca di soluzioni nuove per poter includere tra i servizi offerti anche l'outdoor training. Cercano inoltre di ottimizzare gli investimenti scegliendo attrezzature funzionali, che non si degradino nel tempo.



Miami, USA



Miami, USA



Roncade, Italy

Roncade, Italy





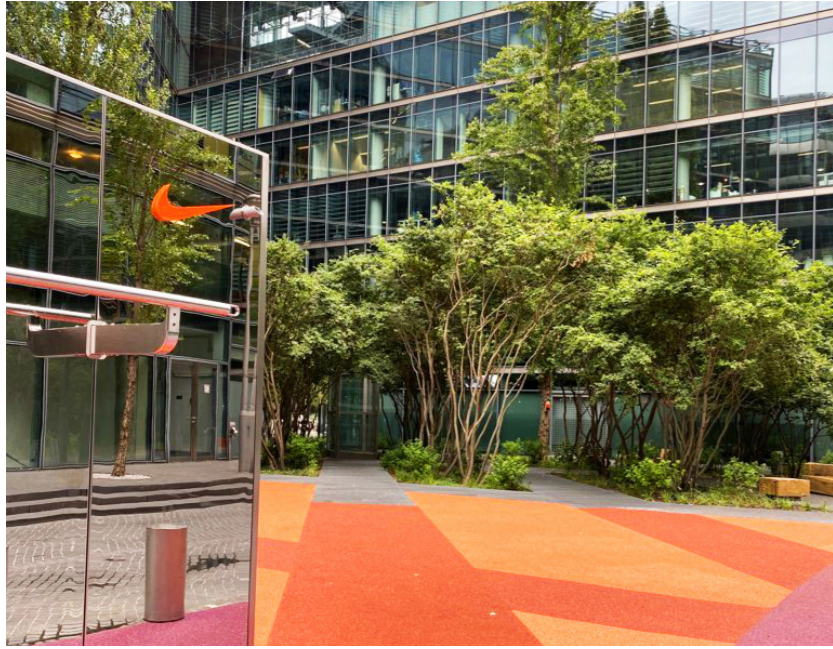
Corporate

Employees are the core of intellectual capital in any business and their well-being has a serious and direct impact on corporate organization.

Outdoor spaces create "green" areas where employees can relax, move about and breathe a different air.

Il capitale intellettuale di ogni azienda è costituito dalle persone che ci lavorano e il loro benessere fisico ha un effetto diretto sull'azienda.

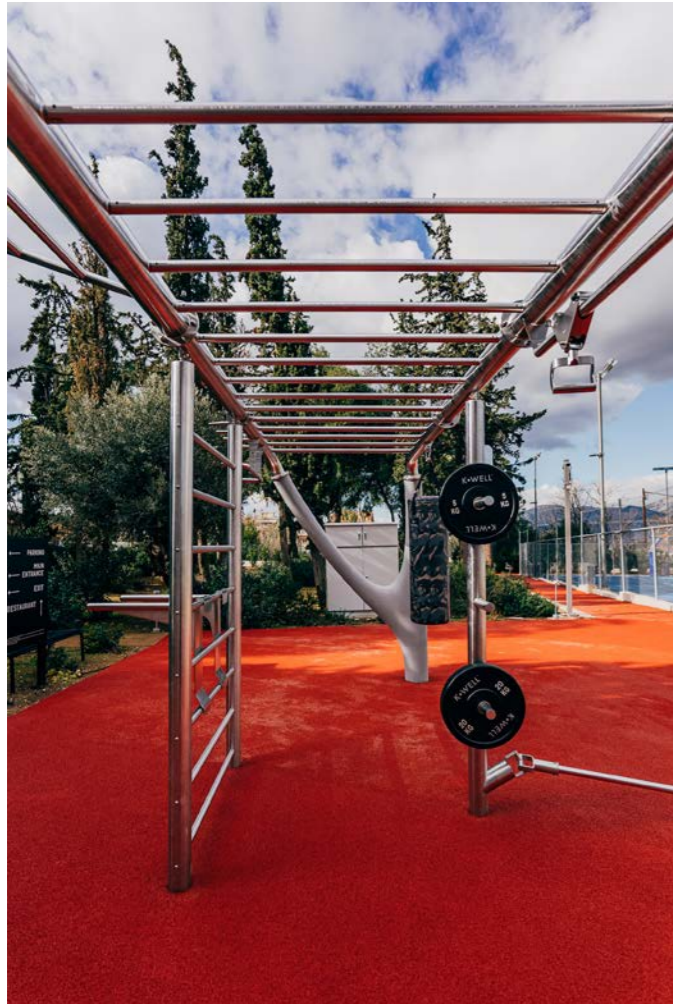
Gli spazi esterni per l'allenamento creano delle aree "verdi" in cui i dipendenti hanno la possibilità di rilassarsi, muoversi e respirare un'aria diversa.



Sony City Center, Berlin

Sony City Center, Berlin







Caldera Park Milan, Italy

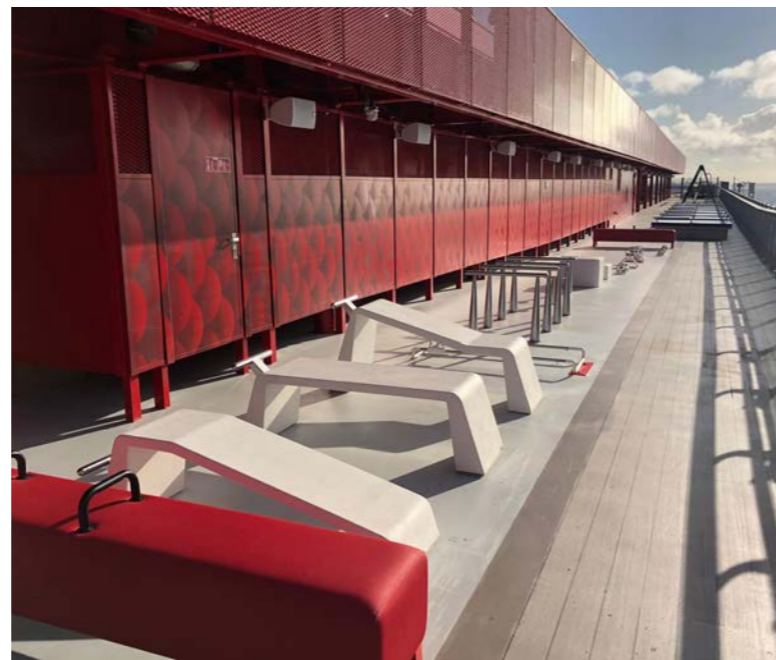
Resana, Italy



Sport *Clubs*

The most important factors for sports centers and gyms when it comes to choosing fitness equipment have always been performance, innovation, scientific research and the quality of the materials.

Performance, innovazione, ricerca scientifica e qualità dei materiali sono da sempre elementi fondamentali per la selezione delle attrezzature nelle palestre e nei centri sportivi.













Flamingo Park Miami Beach, USA



Reyer Venezia, Italy



Private *Villas*

An undeniable benefit of living in a villa is the possibility of taking advantage of outdoor space and getting closer to nature. MyEquilibria allows you to incorporate outdoor exercise into your daily routine.

Un innegabile beneficio dato dal vivere in villa è la possibilità di sfruttare al massimo gli spazi esterni e avvicinarsi maggiormente alla natura. MyEquilibria permette di unire l'esercizio all'aperto nella propria routine quotidiana.









St. Petersburg, Russia



Cannes, France

CONCEPT
Matteo Larese Gortigo

IMAGES
Urnato.it
Jacopo Spilimbergo
Shutterstock.com
Nicholas Mastoras
Elite Areas

Patents and designs owned by Metalco Active srl
Brevetti e design di proprietà di Metalco Active srl

© All rights reserved
The reproduction of images, drawings and texts, even if partial, is forbidden.

© *Tutti i diritti riservati*
E' vietata la riproduzione anche parziale di immagini e testi.

METALCO ACTIVE SRL
Via della Fornace, 44
31023 Castelminio di Resana (TV) Italy

Printed in 2023
First Edition
Finito di stampare nel 2023
Prima edizione

Metalco Active Srl reserves the right to modify the dimensions and structure of its products at any time without prior notice in order to improve quality and durability. Photos, drawings and text are not contractual. For possible modifications or updates, please refer to the web site.

MyEquilibria the Wellness Park, Mysle, MyBeast, are registered trademarks of Metalco Active Srl. Unparalleled Tree, Leopard Tree, Vertical Tree, Zen Tree, Rope Tree, Ring Tree and all accessories are protected by patents and designs owned by Metalco Active Srl.

For any changes or updates, refer to the website www.myequilibria.com.

Metalco Active Srl si riserva di apportare ai propri prodotti qualsiasi modifica ritenuta utile al miglioramento qualitativo degli stessi, sia dimensionale che strutturale. Foto, disegni e testi non hanno carattere contrattuale. Per eventuali modifiche o aggiornamenti fare riferimento al sito web.

MyEquilibria the Wellness Park, Mysle, MyBeast, sono marchi depositati di Metalco Active Srl. Unparalleled Tree, Leopard Tree, Vertical Tree, Zen Tree, Rope Tree, Ring Tree e tutti gli accessori sono tutelati da brevetti e design di proprietà di Metalco Active Srl.

Per eventuali modifiche o aggiornamenti fare riferimento al sito web www.myequilibria.com.



METALCO ACTIVE SRL

Via della Fornace, 44

31023 Castelminio di Resana (TV) Italy

P. IVA 09176320969

Ph. +39 0423 7863

Fax. +39 0423 786400

www.myequilibria.com

info@myequilibria.com

